公共图书馆新媒体生态创新发展的关键内容探析

辛秀琴

（广东省立中山图书馆，广州 510030）

摘 要：[目的 / 意义]探索公共图书馆新媒体生态创新发展内容和策略，对打造出图书馆话语权鲜明特色的新媒体发展体系，建成有一定竞争力的新媒体服务阵地有参考意义。[方法 / 过程]基于网络调查，依托广东省图书馆业务数据平台，以广东 150 家县以上公共图书馆的新媒体账号为调查对象，调研发展现状，提出关键内容和创新策略。[结果 / 结论]研究发现，公共图书馆新媒体生态创新发展主要有视听化、智能化、虚拟 IP 化、价值引导化、融合化等 5 点关键内容，并据此提出 5 点创新策略：（1）视听营销，打造新路径；（2）数智赋能，发展新势力；（3）虚实结合，交互新形态；（4）使命引领，拓展新领域；（5）高度融合，跨界新矩阵。

关键词：新媒体生态；创新发展；关键内容；公共图书馆；短视频

中图分类号：G250 文献标识码：A 文章编号：1002-1248（2022）10-0091-10

引用本文：辛秀琴. 公共图书馆新媒体生态创新发展的关键内容探析[J]. 农业图书情报学报, 2022, 34(10)：91-100.

1 引 言

图书馆新媒体服务进入平稳发展阶段，绝大部分图书馆开设了新媒体账号，基本能利用微信、微博、抖音、B 站等新媒体平台工具向读者推送阅读服务或进行形象塑造，是重要的信息发布渠道和服务效能指标。现阶段随着媒体的深度融合和技术革新，公共图书馆新媒体如何在流量时代中出圈破局，争取一席的话语权之位，是值得思考的。笔者从广东公共图书馆新媒体的建设和传播实践出发，认为下一步我们要做的不止停留在“如何运营”新媒体，而是探究在公共图书馆新媒体生态发展下如何创新服务。

本文所指“公共图书馆新媒体生态创新发展”，是从生态化角度思考公共图书馆新媒体服务的运营逻辑和价值体现，关注规律趋势、合理配置资源，倡导协同合作和可持续发展，促使图书馆新媒体运营进入良性循环状态，最终建成一个共享性、高成效，与社会效益相互匹配，能实现智能化知识管理和共享，形成对信息资源的智慧探索、发现、储存、分享、传递和联结的知识网格，成为能提供高层次智库服务、具有一定竞争力的新媒体服务阵地。

2 文献调研

（1）媒体生态系统研究方面。如徐立军[1]指出要

收稿日期：2022-08-17

基金项目：广东省图书馆科研课题“广东公共图书馆新媒体融合创新研究”（GDTK2012）

作者简介：辛秀琴（1985- ），女，副研究馆员，广东省立中山图书馆（广东省古籍保护中心），研究方向为阅读推广

"打造适应互联网生态圈的传播平台"。陈星[2]认为"生态型"媒体平台主要由服务生态系统、产品生态系统、内容生态系统、管理生态系统及技术生态系统所构成。杜娟[3]指出媒体融合的关键在于"借助大数据平台实现新闻信息与用户的智能化、个性化互动结构及新闻传媒与其他相关产业共融共生的整体生态系统。"张志安等[4]认为"在新新闻生态系统中，实现信息相对自由流动、实现传播为多元主体赋权、以及延续媒体的公共价值是相关研究始终不变的追求。"

（2）新媒体专业数据报告方面。如《中国新媒体发展报告》《新媒体内容生态数据报告》《视听新媒体蓝皮书》等专业调查，对微信、视频号、抖音等多个平台进行了数据统计和研究，研判了发展趋势，为本文提供重要的数据和规律参考。《国际图联趋势报告》《广东省公共图书馆事业发展报告》《广东省全民阅读指数》等图书馆业界、全民阅读领域权威报告，也提供了详细案例和价值。

（3）图书馆新媒体运营及服务等相关研究方面。如刘溪[5]提出新媒体服务符合公众使用习惯，通过组建新媒体矩阵服务联盟，可发挥集群优势、满足差异性信息需求。傅军民[6]认为短视频阅读推广具有独特优势，但目前图书馆短视频阅读推广仍处在起步阶段，值得图书馆广泛关注。储节旺和吴若航[7]提出国内省级公共图书馆短视频知识营销存在的不足。王福等[8]认为移动音频有声阅读平台的发展能满足不同用户群体在特定场景的信息期望。梅健[9]提出数智时代公共图书馆应建立完善的 VR 阅读服务机制。乔华[10]认为图书馆虚拟空间是数字阅读的新选择，人机交互技术将带来图书馆创新服务。周笑盈和魏大威[11]指出特色 IP 和现代科技场景化等策略可盘活公共文化服务，其中的技术场景包括移动音视频内容生产和全息影像技术再现虚拟形象。

结合新媒体发展导向和图书馆实践，摸清区域性公共图书馆新媒体的发展现状，探讨在公共图书馆新媒体生态下可持续、创新的发展重点和核心内容，期望能为后续开展相关实践和专题研究提供参考。

3　公共图书馆新媒体生态创新发展关键内容

依据文献调研结果发现，视听化、智能化、虚拟 IP 化、价值引导化、融合化等 5 个方面是公共图书馆新媒体生态创新发展的关键内容，在实践中存有较大的利用和改进空间。

（1）视听化。近年来多个专业数据报告显示，短视频已成为当下信息传播的主要方式，无视频不传播，短视频端建设正成为媒体融合发展的重点，"视频化 + 社交化"正站在行业风口[12]。《广东省全民阅读指数（2021）》显示视频阅读和听书趋势加深，90.46%的受访者选择移动有声 APP 平台听书，47.27%受访广东居民经常使用视频类 APP 数字阅读[13]。《2021 年新媒体内容生态数据报告》揭示抖音泛知识内容播放量年同比增长 74%，且 60 秒以上的视频占比增高[14]。创新图书馆新媒体服务，可顺应行业发展规律，重点推进视听平台建设和发展。

（2）智能化。随着 5G 技术的普及应用，视频制作更趋专业化、精细化、高品质化，8K 超高清技术的升级，又将直播平台带入了一个新层次的台阶，人工智能编辑部、"中央厨房"的出现更是成为构建全媒体产品服务和传播生态体系的关键一环。AI 时代背景下，智能媒体产业已不断完善，前沿科学在媒体领域的应用，促使图书馆新媒体不得不寻求新的出路。2021 年《国际图联趋势报告》提出，"人工智能已经可以重构我们体验网络世界的方式"[15]。图书馆新媒体着重与人工智能深度融合，将进而推动图书馆新媒体体系的建立和进步。

（3）虚拟 IP 化。IP 即"Intellectual Property"，译为"知识产权"。虚拟文化 IP 是以生动的符号、形象、元素等虚拟形式承载起文化主体的内涵和属性，是一种强运营、新需求的文化链接。实践证明，鲜明的 IP 形象在视觉传播上更加令人接受和关注，高品质的图书馆虚拟 IP 形象具备了一定的内容载体和服务理念，经得起市场检验，拉近与读者距离。

（4）价值引导化。《新媒体蓝皮书：中国新媒体发展报告（No.13·2022）》指出，社交媒体的情绪化信息传播倾向推动“情绪变现”[16]。作为以传播优质文化，提升社会阅读素养为服务理念的图书馆，在运行新媒体服务时更应进一步主动把握主流价值的引导和信任感的建设。图书馆新媒体通过构建正面舆论导向的网络文化空间，体现其社会价值和公共文化内涵，树立权威可靠的全民阅读阵地形象。

（5）融合化。构建创新型新媒体传播体系，通过与传统媒体、多个媒体平台、不同系统平台等多方融合和交叉联动，促使搭建出结构优化、协同高效、资源高度整合的图书馆新媒体矩阵，能推动实现抱团发展、共享共赢，更有利于传播影响力的提升。

4 公共图书馆新媒体服务现状调查以广东省为例

4.1 研究方法

（1）网络调查法。本文基于网络调查，以广东 150 家县以上公共图书馆的主要新媒体账号为调查对象，依托广东省图书馆业务数据平台[17]，调查全省公共图书馆新媒体服务现状。统计时间截至 2022 年 4 月。

（2）参与观察法。笔者直接参与广东省立中山图书馆、广东图书馆学会新媒体建设和运营多年，一线实践参与各环节工作，对全省公共图书馆新媒体服务基本情况、运营建设、传播效果等内容进行深入了解，为本文研究打下基础。

4.2 调研总体情况

依据公开的网络信息和广东省图书馆业务数据平台，本文统计了广东全省公共图书馆新媒体的主要指标数据。微信、微博、抖音、微信视频号等新媒体的粉丝量、发布量、阅读量、互动量等多项指数体现服务效能。

据调查，全省共有新媒体账号 204 个。其中，开通官方微信账号 141 个，包括省馆 1 个，市馆 25 个，县区馆 115 个；官方微博账号 33 个，包括省馆 1 个，市馆 13 个，县区馆 19 个；官方抖音号 18 个，包括省馆 1 个，市馆 9 个，县区馆 8 个；官方微信视频号 12 个，包括省馆 1 个，市馆 6 个，县区馆 5 个。微信的开通率为 94%，全省有 14 个地区实现了从市到县区公共馆微信开通全覆盖，22%的公共馆开通了微博，而抖音号和微信视频号的开通率则较低，分别为 12%和 8%。

总体而言，珠三角地区公共馆的新媒体服务发展整体势头稳健，多项数据走在全省甚至全国前列，粤东西北市、县区馆新媒体服务活力逐步释放迸发。广东省立中山图书馆抖音指数位列 2021 年全国公共图书馆榜首；深圳图书馆（微博年阅读量 1.2 亿，微信年阅读量 250 万）、广州图书馆（微博年阅读量 4.65 千万，微信年阅读量 225 万）连续 4 年（2018—2021 年）微博、微信影响力位列全省公共图书馆前两位。河源市图书馆连续 3 年（2018—2020 年）微博影响力为全省前五，仅次于广州、深圳、东莞、佛山；四会市图书馆在抖音和微信视频号的发布体量、播放人次、获赞人次均排在前列。调查结果如表 1 所示。

4.3 调研结果分析

（1）平台工具使用方面。视听平台使用率不高，馆间差距较大，服务效能较比微信、微博仍有上升空间。全省有 7 个馆微信号、9 个馆微博号年阅读量均超过了 100 万，53 个馆年发布超过 300 条微信作品，5 个馆年发布超过 1 000 条微博作品，25.3%的微信号年互动量上万，深圳图书馆超过 100 万为最多。相比之下，仅 2.7%的抖音号和微信视频号作品超过 100 条，以广东省立中山图书馆的抖音号（562 条）和微信视频号作品数（334 条）为最多，该馆抖音号单系列专集播放总量超过 2 000 万人次为最多，其余抖音号的播放量鲜有突破万人次。抖音号和微信视频号获赞上千人次的馆均仅 4.7%，抖音号中以广东省立中山图书馆（239.1 万次）、四会市图书馆（3.6 万次）、广州图书馆（2.1 万次）获赞最多，微信视频号获赞人次仅广州图书馆（1.04 万次）一馆上万。

（2）运营渠道方面。无建立起有规模、融合性的

表 1　广东全省公共图书馆新媒体服务效能情况表

Table 1 New media service efficiency of public libraries in Guangdong province

项目	微信				微博				抖音			微信视频号	
	粉丝量/万人	发布量/百条	阅读量/万次	互动量/万次	粉丝量/万人	发布量/百条	阅读量/万次	互动量/万次	粉丝量/千人	作品数/百条	点赞数/千次	作品数/百条	点赞数/千次
省馆/个	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1
市馆/个	22	24	24	11	5	10	12	2	3	2	4	2	4
县区馆/个	37	77	83	26	1	7	10	3	1	1	2	1	2

联合式运营，更多的公共馆选择使用本馆单一的新媒体渠道如微信平台进行宣传，更多的创新服务仅搭建在微信平台上。全省只有 9 个馆未开通微信账号，仅 5%的馆同时使用了微信、微博、抖音、微信视频号等 4 个平台。微信粉丝上万的馆占比 40%，10 万人以上的馆有 17 个，100 万人以上的馆 2 个，分别是广州图书馆（175.5 万人）和深圳图书馆（117.5 万人）。抖音号的粉丝数更少，仅 5 个馆的抖音粉丝数上千，占比 3.3%。其中，广东省立中山图书馆（21.9 万人）最多，是唯一上万的馆；四会市图书馆（1 002 人）为唯一上千的县区馆。

（3）技术应用方面。新技术使用不够广泛，主要关注的仍是展示功能。调研数据显示，广州、深圳、东莞、佛山等发达地区的公共图书馆善于利用 360 度全景展示系统、VR 线上展览、卡通虚拟形象设计等增加阅读体验，但对于实现智能化人机互动、娱乐、识别等虚拟空间的建设还未深入挖掘。

（4）内容建设方面。目前更集中于对图书馆馆藏、文化资源的宣传，对图书馆所赋予的社会责任、使命价值等正能量在新媒体上的引导和推广有待加强。

5　公共图书馆新媒体生态创新发展策略

基于以上 5 点关键内容和调研结果分析，通过归纳分析多个数字化专业数据报告，结合新媒体行业发展趋势、市场需求和新技术应用情况及公共图书馆新媒体的运用实践，本文尝试从以下几点改进策略，助力开辟新媒体生态创新发展路径和促进良好生态发展圈的形成。

5.1　视听营销，打造新路径

（1）深耕知识科普、价值引领的短视频号。研究指出，各行业逐渐将短视频平台作为营销推广的关键媒介，图书馆应在短视频知识营销的互动、展示、促销途径等方面继续提高整体水平[7]。调查显示，广东全省有 46 个公共馆开展视听平台运营并产生服务量，包括 1 个省馆，9 个市馆和 36 个县区馆，数据集中在抖音、微信视频号、直播平台等。16.7%的馆服务量上万，有 13 个馆超过 10 万，4 个馆超过 100 万，分别是广东省立中山图书馆、广州图书馆、深圳市光明区、坪山区图书馆。以广东省立中山图书馆为例，该馆抖音号在 2022 年 4 月前连续推出 7 个原创系列作品，其中“热点荐读”专集超过 200 集，播放超过 2 000 万人次；“主播带你读经典”专集 90 余集，播放超过 700 万人次；“主播带你涨知识”专集 70 余集，播放超过 190 万人次。2021 年 7~9 月，该抖音号互动量环比暴涨 13 倍，占全国 173 个公共图书馆抖音号互动总量的 82%，“暑假充电计划”“科普知识 # 萌知计划”“开学抖出知识点”“开学科普季”等播放量屡创新高，《宋徽宗出身高贵、才华横溢，艺术造诣至今让人叹为观止》《真真假假、调虎离山、声东击西，经典战役“四渡赤水”被纳入西点军校重点教材》《美上热搜！中央美院自主设计的“学士服”民族风十足，自带仙气》等 3 个作品互动次数高达 10 万以上[18]。

（2）推出适应“耳朵经济”的音频服务。经济发展、社会需求等驱动下催生了以有声读物、在线直播等为主的音频服务，通过知识付费等形式衍生出“耳朵经济”，逐渐发展成为网络用户接受、喜爱的娱乐模

式。图书馆探索新媒体有声服务，是适应“耳朵经济”和读者需求做出的应时创新。广东省立中山图书馆微信服务号和“知了 IKNOW”订阅号上持续推出由馆员朗读的“今日宜读·新书推荐”声频系列图文，如《一封平安批，百年家国情》《了不起的中国画》《亲爱的图书馆》《精神的力量：航天精神引领中华民族探索浩瀚宇宙》等，创造性地将新书推荐用音频的形式加以推广。随着馆员娓娓道来的声音，一本本新书所表达的意境进入了读者耳朵，较比平面图文更立体了，与读者也更亲近了。深圳图书馆在微信平台开设数字阅读馆，抓取了大量热点视频，与喜马拉雅 APP 合作开通了有声图书馆，读者通过“深图视听——读者活动库”可在线看视频、听讲座、赏展览、追直播。坪山区图书馆在微信平台推出“周国平馆长领读”及由馆员朗读的“有声绘本”系列音频作品。福田区图书馆推出微信“云尚书房”图书作品音频推送栏目。广州市花都区图书馆推出微信直播间，并设置了回放功能。更多的图书馆选择第三方现有资源开通听书服务，如佛山市图书馆微信平台开通有声党史小程序，江门市图书馆、四会市图书馆开设百听听书、新语听书等服务。

（3）拓展更多学习型视听平台。北京清博智能在第八届图书馆微服务研讨会上发布《2020—2021 新媒体及舆论发展报告》举例指出，B 站在 2020 年 6 月开辟一线分区“知识区”，吸引了众多创作者，其法律、医疗、财经等板块均有专业化知识大 V 爆火，被网友称之为“学习网站”[19]。笔者于 2022 年 5 月浏览 B 站，统计通过认证的广东公共图书馆 B 站号仅 3 个，分别是深圳图书馆（3 050 个粉丝，108 个视频）、佛山市图书馆（471 个粉丝，98 个视频）、顺德图书馆（231 个粉丝，65 个视频），其中深圳图书馆 B 站号的“揭秘图书馆”系列短视频获得了不错的点击率，但总的传播影响力暂未显现。温州市图书馆微信号长期位列全国地市级公共图书馆微信公众号影响力首位，通过为动态漫画配音、馆员主播等方式同时运营 B 站、直播平台等账号，新媒体综合影响力得到显著提升。实践发现，开拓更多的视听平台如 B 站、快手、小红书等，可以更广泛拓展图书馆新媒体服务和传播，而图书馆在视听平台的开拓和运营方面仍具有较大空间。

5.2 数智赋能，发展新势力

（1）积极开拓智能化场景，探索全景互动服务。图书馆在微信等新媒体平台实现与官方网页互联，借助 VR 技术搭建三维立体场景，真实还原图书馆阅读空间、展览现场，价值在于“突破二维、三维空间限制”，改变了读者获取信息的方式，增强知识交流，带来全新的阅读体验[9]。国家图书馆“聚力文化惠民 共建数字中国——国家图书馆 110 周年公共数字文化展”利用了场景仿真互动、VR 沉浸体验，展现了融合信息技术、人工智能、5G 等新型技术在图书馆的创新应用，推出的人工智能机器人“小图”为读者提供智能交互等服务。广东省立中山图书馆搭建“吉金墨韵——容庚先生旧藏铜器拓片展”VR 展厅，丰富观展体验。广州市越秀区图书馆结合馆藏特色，创造性制作了微信线上 VR 文化旅游地图“云游·阅图”，360 度全景 VR 形式向读者展示中华全国总工会旧址等红色史迹，并推荐相关主题图书。深圳市大学城图书馆推出微信 VR 场馆及图小 U 智能客服。坪山区图书馆开设微信 VR 线上展览，读者可进行云端 360 度全景观展。广州图书馆开通 360 度全景展示系统，设置虚拟展馆，开展沉浸式阅读。笔者认为，下一步图书馆智能化场景将是在各类 VR 全景系统基础上，集智能问答、交流、娱乐等多维一体，可实现思维互动的仿真应用场景，“融合了虚拟创意内容和数字信息技术应用的图书馆虚拟空间将于数字互联网空间、实体物理空间相互促进，成为图书馆一种创新的空间建设生态”[10]。

（2）努力打造多元立体的图书馆新媒体记忆存储服务仓，开展智库服务。图书馆具有保存人类文化遗产、信息资源的功能，是社会记忆的存储仓。吴建中建议建立新一代共享知识库，重心在于知识分享，促使用户从中获益，指出“通过探索发展平台化、集成化、场景化增值服务”，可为经济发展做出贡献[20]。宋建武认为基于数字技术的新媒体能够将客观事物运动的整个过程捕捉、记录、存储，通过数据化分析其中

的关联，可以全方位拓展人类对客观世界的感知能力[21]。有研究指出，配合语义技术集成、分类新媒体内容，可促进深度学习。图书馆微信、微博、抖音、微信视频号等图文和视听资源以及宣传片、记录片等其他网络原创作品属于图书馆记忆资源的一部分，需注意保存并建立智库型知识馆藏和体系，挖取价值，解析用户阅读习惯、兴趣并智能分发、精准投送，提供智慧获取、创新和协同处理的知识服务。

（3）善于利用第三方智能化编辑工具，提高运营效率。如新浪微博基于智能视频编辑推出的云剪系统，是“融合了短视频快速生产、版权素材交易、内容分发及多维度数据分析管理三大功能于一体的一站式在线服务平台”[22]，具有视频直播剪辑、内容管理等功能，也提供博文和用户分析，有利于洞察传播路径、转发趋势、评论层级等关键数据，帮助运营者进一步掌握优质新媒体传播影响力的走向。科大讯飞的 AI 虚拟主播系统是“一键完成视频的生产输出”，集合了语音合成、识别、理解，人脸识别、建模，口唇预测、音频驱动、图像处理、机器翻译等多项人工智能技术，可实现高度定制化的形象编辑[23]。此外，熟练运用如抖音等平台自带的智能剪辑系统，也可达到增强形式表达的效果，或通过用户体验评分高的付费系统做好新媒体产品输出，并在信息监测、智能预测、数据运营等方面创新实践，实现用户阅读需求数据的智能采集和挖掘，建立用户画像知识图谱，促进形成图书馆新媒体的个性化定制服务。

5.3 虚实结合，交互新形态

近年来，公共图书馆新媒体领域开拓了新的界面和形式，设计推出虚拟 IP 形象动画、条漫作品、专属表情包等产品输出，并应用于各类公共文化服务场景，是图书馆适应新媒体年轻化、娱乐化发展趋势，在品牌创意和营销上开展新的探索，有利于打破大众对图书馆的传统印象。获国际图联（IFLA）2021 年图书馆营销奖的温州市图书馆“漫画温图”项目，设置虚拟馆员“温小图”“阿策”，演绎了图书馆故事，传递了图书馆形象与理念。广东方面，如省立中山图书馆新晋 IP 形象中图 YUE 宝及专属表情包，深圳图书馆微信表情“深图布克家族”以及第五代城市街区自助图书馆萌宠 IP 形象“钢铁小方”，盐田区图书馆卡通形象盐田君表情包，东莞图书馆微信表情“爱阅读的小莞”以及漫画馆吉祥物 Coco、Mic、Lib，广州白云区图书馆动漫 IP 形象“云小图”等。然而，目前大部分图书馆采用的仍是为人熟知、常用的卡通类虚拟形象，由于依据的主体、馆藏、理念等内容的不同而创造出不同的形象个体。

2021 年《中国虚拟数字人影响力指数报告》显示，近年来大众对虚拟内容的需求有所增加，“虚拟数字人发展进入快车道”，在社交、营销等领域展露价值[24]。虚拟主播、虚拟偶像、虚拟代言人等相继爆火破圈，提示未来在图书馆新媒体领域是否有创造出基于元宇宙的智慧图书馆虚拟形象代言人、虚拟导读馆员、虚拟参考咨询员的可能性？这类虚拟代言人应该有别于目前国内图书馆基于机器人技术创造的虚拟馆员，是具有与真实馆员高度相似的仿真代言人，能拉近与读者距离，为其提供高智能化的知识服务，赋予 IP 形象以生命，成为新的大 IP 标识进入传播视觉，并形成长期的 IP 生态运营。国家博物馆首个虚拟数智人“艾雯雯”被定位为虚拟世界博物馆的形象代言人，一出道便出圈。中国移动咪咕在全国首届全民阅读大会上推出虚拟数智人“5G+ 数智讲解”服务，在 3D 虚拟场景、虚实融合互动的数字阅读体验馆中打造出数智导览新模式。中新友好图书馆在第六届世界智能大会上推出元宇宙驱动的虚拟体验系统，读者可通过该馆微信号在线体验 3D 场馆，聆听真人馆员化身虚拟讲解员的介绍，同时展示出的数字人智慧屏实现升级，引入基于人像建模、语义理解、语音识别合成等 AI 技术的虚拟数字人小博，能提供多种拟人化动态和智能语音交互体验。图书馆新媒体与高新技术深度融合产生的新形态，让我们感受到图书馆新媒体未来创新发展的无限可能。

5.4 使命引领，拓展新领域

（1）坚定文化自信，传承传统文化。新媒体领域

的拓展，能将图书馆所蕴含的中华文化之“根”与“魂”传播得更加生动、深刻，更能引领阅读风尚，强化彰显图书馆文化使命。国家图书馆“中华传统文化典籍保护传承大展”运用微信导览、全息视屏演示、沉浸式数字场景等多种形式展示中华优秀的传统文化和记忆，读者可通过微信语音等功能分享典籍，获得便捷、有趣的阅读体验。

（2）担起文化使命，开展正能量引导。广东省立中山图书馆抖音号搭建亲子教育、人文科普等未成年人阅读推广专题版块，持续加大正确价值观引领，扛起为青少年营造一个清朗网络环境的责任担当，凸显文化价值，成为上万名青少年读者的线上“第二课堂”。河源市图书馆微信号定期推出“青少年馆员养成计划”志愿服务品牌活动，引导学习践行社会主义核心价值观。佛山市图书馆微信号强化倡导资源共藏共享的公益形象，如核心服务“易本书”的图文信息“飞阅地铁 2 号线，这是我为你承包的专列！”阅读量 1.5 万 +，获赞量近 350 次，向社会展现图书馆均等服务、开拓创新的理念和精神。

（3）传播红色文化，阐释伟大建党精神。上海图书馆发挥特色馆藏资源优势，在新媒体等平台上设计多重创意和体验的展览模式，包括设置了 10 余处音频讲解热点，推出全国首个以“伟大建党精神”为主题的大型 VR360 度全景线上展览。《广东省全民阅读指数（2021）》报告指出“全民学党史、读经典，红色阅读掀潮流”是广东全民阅读的新趋势，佛山、中山、韶关、潮州、汕头、揭阳等市将党史学习教育融入阅读推广之中，通过多种形式点亮阅读“星火”，传承红色基因[13]。东莞大岭山图书馆历经 20 余年文献资源建设，形成了东莞规模最大的东纵文献特藏，以红色主题连环画展等形式活化利用革命文物，在社交媒体收获众多好评。韶关市图书馆开设微信学术专集，推出如《红军与仁化》《历史名人与曲江》等地方文献阅读推荐专栏，“打卡韶关红”专栏介绍当地红色史迹，“红色先锋”专栏介绍当地先进烈士、英雄事迹。广州少年儿童图书馆微信号推出 37 部红色电影和上千本红色故事绘本，为少年儿童读者打造“红色书香之旅”。广州市越秀区图书馆“高举红色文化火炬 争当红色诵读达人”青少年朗诵大赛在新媒体平台上获赞 1 284 万多次，备受关注。

5.5 高度融合，跨界新矩阵

（1）搭建账号协同矩阵。第一，同一主体多平台矩阵。深圳图书馆、四会市图书馆等均建立起新媒体多平台联合机制，各平台配合推进运营。第二，核心平台矩阵。广东省立中山图书馆以抖音号为重点推广平台，推出如“告诉你不一样的省图”等原创短视频 560 余条，播放总量超过 3 000 万人次，同时精选投放于其他新媒体平台，传播效益叠加。深圳少年儿童图书馆打造微信平台关键矩阵，开通了官方订阅号、服务号、小程序以及“我最喜爱的童书阅读推广活动订阅号”“人人阅”等 5 个官方微信公众号联合运营。第三，区域内同类型新媒体矩阵。深圳地区图书馆微信平台基于定位设置的“发现图书馆”,能够将该地区图书馆的新媒体资源聚合呈现，方便读者关联查阅。广东图书馆学会基于采选内容共享传播的馆际新媒体矩阵，推出如“为爱发声齐抗疫”抖音短视频等，有效提升传播力。

（2）搭建公共文化新媒体矩阵。创新图书馆新媒体的发展，以内容输出为前提的创新仍然是重要因素。图书馆新媒体产品的内容大多来源于馆藏资源，范围和创意均有相当局限。扩大图书馆的服务领域和合作范围，积极推动走出图书馆外，建立与博物馆、文化馆、美术馆等相互链接的公共文化新媒体矩阵，资源融合、跨界合作，或许能打破单纯依赖图书馆馆藏输出的有限创意。

（3）积极向顶流新媒体借力。广东省立中山图书馆联合中央广播电视台在央视新闻客户端等新媒体平台推出“‘粤’读古今 时光流转纸墨香”两小时慢直播，微博、B 站、抖音、微信视频号等同步直播，吸引超过 300 万读者在线关注；联合广州地铁在微信视频号开展“悠游图书馆”主题直播活动，带领读者云体验图书馆，延伸服务触角，获赞超过 2 万人次。

（4）传统与新媒体共同融合推进。传统媒体与新

媒体在图书馆阅读推广上是不可或缺、优势互补的。对比更新快、互动强的新媒体，传统媒体历经长期积累而成的人力、品牌、信息资源、良好印象、权威性和认可度等优势，能为图书馆新媒体创建更广泛的传播。

此外，笔者认为数据调查和应用、应急传播体系、网络传播治理等在图书馆新媒体生态领域上的实践和探索也值得进一步深入研究。

参考文献：

[1] 徐立军. 中国消费与传媒市场趋势(2016-2017)[M]. 北京: 中国财政经济出版社: 108-109.

XU L J. China consumption and media market trends (2016-2017)[M]. Beijing: China financial and economic publishing house: 108-109.

[2] 陈星. "生态型"媒体平台建设研究[D]. 武汉: 武汉大学, 2019.

CHEN X. Research on the construction of "ecological" media platform[D]. Wuhan: Wuhan university, 2019.

[3] 杜娟. 大数据时代新闻媒介生态系统变革解析[J]. 传媒, 2015(6): 76-78.

DU J. Analysis of news media ecosystem reform in the era of big data[J]. Media, 2015(6): 76-78.

[4] 张志安, 汤敏. 新新闻生态系统: 中国新闻业的新行动者与结构重塑[J]. 新闻与写作, 2018(3): 56-65.

ZHANG Z A, TANG M. New news ecosystem: New actors and structural reshaping of Chinese journalism [J]. Journalism and writing, 2018(3): 56-65.

[5] 刘溪. 公共图书馆新媒体矩阵服务现状及构建策略研究[J]. 新世纪图书馆, 2021(5): 62-66.

LIU X. Research on the current situation and construction strategy of new media matrix service in public libraries [J]. New century library, 2021(5): 62-66.

[6] 傅军民. 基于 SIPS 模型的图书馆短视频阅读推广优化策略研究[J]. 图书馆工作与研究, 2022(4): 108-114.

FU J M. Research on optimization strategy of library short video reading promotion based on SIPS model [J]. Library work and research, 2022(4): 108-114.

[7] 储节旺, 吴若航. 我国省级公共图书馆短视频知识营销现状及发展对策研究[J]. 图书馆工作与研究, 2022(6):5-11.

CHU J W, WU R H. Research on current situation and development countermeasures of short video knowledge marketing of provincial public libraries in China[J]. Library work and research, 2022(6): 5-11.

[8] 王福, 高化, 刘俊华, 等. 移动音频有声阅读平台场景化服务机理模型及其价值实现路径[J]. 情报科学, 2021, 39(11): 150-156, 172.

WANG F, GAO H, LIU J H, et al. Scenario-based service mechanism model of mobile audio reading platform and its value realization path[J]. Information science, 2021, 39(11): 150-156, 172.

[9] 梅健. 数智时代公共图书馆 VR 阅读服务策略研究[J]. 图书馆工作与研究, 2022(7): 69-74.

MEI J. Research on VR reading service strategy of public library in the age of digital intelligence[J]. Library work and research, 2022 (7): 69-74.

[10] 乔华. 图书馆虚拟空间的架构描述及创新服务研究[J]. 图书与情报, 2021(3): 123-124.

QIAO H. Research on the architecture description and innovative service of library virtual space[J]. Library and information, 2021(3): 123-124.

[11] 周笑盈, 魏大威. 多元、融合、跨界和创新: 优秀传统文化的传承与推广模式研究[J]. 图书馆, 2020(6): 54-60.

ZHOU X Y, WEI D W. Diversity, integration, cross-border and innovation: Research on the inheritance and promotion model of excellent traditional culture[J]. Library, 2020(6): 54-60.

[12] 报告精读|媒体融合蓝皮书: 中国媒体融合发展报告 (2021)[EB/OL].(2021-11-25)[2022-07-07].https://www.pishu.cn/zxzx/xwdt/574722.shtml.

Report intensive reading|media convergence blue book: China media convergence development report(2021)[EB/OL]. (2021-11-25) [2022-07-07]. https://www.pishu.cn/zxzx/xwdt/574722.shtml.

[13]《广东省全民阅读指数(2021)》报告出炉, 成年居民综合阅读率提至 94.77%[EB/OL].(2022-04-23)[2022-07-07].https://mp.WeChat.qq.com/s/eFLT8lKd7ZQ2CKPgpUd1ow.

The report of Guangdong national reading index (2021) was released, and the comprehensive reading rate of adult residents was raised to 94.77%[EB/OL]. (2022-04-23) [2022-07-07]. https://mp.WeChat.qq.com/s/eFLT8lKd7ZQ2CKPgpUd1ow.

[14] 新榜|2021 新媒体内容生态数据报告 [EB/OL].(2022-01-20)[2022-07-07]. https://mp.WeChat.qq.com/s/nJfIXMYouTyiYQF3X5bRpQ.

New list | 2021 new media content ecology data report[EB/OL]. (2022-01-20)[2022-07-07]. https://mp.WeChat.qq.com/s/nJfIXMYouTyiYQF3X5bRpQ.

[15] 屠淑敏, 殷叶玲, 杜雪琴. 国际图联趋势报告 2021 更新版[J]. 图书馆研究与工作, 2022(2): 10.

TU S M, YIN Y L, DU X Q. IFLA trends report 2021 update[J]. Library research and work, 2022(2): 10.

[16] 报告推荐|新媒体蓝皮书: 中国新媒体发展报告(No. 13·2022)[EB/OL].(2022-06-29)[2022-07-07].https://mp.WeChat.qq.com/s/BXgb3qGBUIRJohAQPY3Yhg.

Report recommendation | new media blue book: China new media development report (No 13.2022)[EB/OL]. (2022-06-29)[2022-07-07]. Https://mp.WeChat.qq.com/s/BXgb3qGBUIRJohAQPY3Yhg.

[17] 广东省图书馆业务数据平台[EB/OL].[2022-07-07]. http://47.112.131.107/.

Guangdong provincial library business data platform[EB/OL]. [2022-07-07]. http://47.112.131.107/.

[18] 2021 年第三季度全国公共图书馆视频服务监测季报[EB/OL]. (2022-01-26)[2022-07-07]. https://mp.WeChat.qq.com/s/Olk2xD4yQIzuMKePxDPyig.

Video service monitoring quarterly report of national public libraries in the third quarter of 2021[EB/OL]. (2022-01-26) [2022-07-07]. https://mp.WeChat.qq.com/s/Olk2xD4yQIzuMKePxDPyig.

[19] 2020-2021 新媒体及舆论发展报告[EB/OL]. (2021-05-08)[2022-07-07]. https://max.book118.com/html/2021/0508/8132116104003100.shtm.

2020-2021 new media and public opinion development report[EB/OL]. (2021-05-08) [2022-07-07]. https://max.book118.com/html/2021/0508/8132116104003100.shtm.

[20] 吴建中. 从"空间再造"到"业态重塑"——以数字转型为动力创建图书馆新一代共享知识库[J]. 中国图书馆学报, 2022, 48(4): 15-19.

WU J Z. From "space reconstruction" to "format reshaping": Creating a new generation of library shared knowledge base with digital transformation as the driving force[J]. Journal of library science in China, 2022, 48(4): 15-19.

[21] 宋建武, 王枢. 论全媒体传播体系的技术逻辑[J]. 新闻与写作, 2021(9): 39-45.

SONG J W, WANG S. On the technical logic of omnimedia communication system[J]. Journalism and writing, 2021(9): 39-45.

[22] 微博云剪 [EB/OL].[2022-07-07]. https://jian.weibo.com/?type=videoClip.

Microblog cloud scissors[EB/OL]. [2022-07-07]. Https://jian.weibo.com/?type=videoClip.

[23] 内容生产者福利！讯飞 AI 虚拟主播系统, 你用了吗？[EB/OL]. (2022-07-22)[2022-07-27]. http s://mp.WeChat.qq.com/s/nQCPUjAWO6HFnoXhCMXzvw.

Welfare for content producers! Did you use the iFLYTEK AI virtual anchor system?[EB/OL].(2022-07-22)[2022-07-27]. https://mp.WeChat.qq.com/s/nQCPUjAWO6HFnoXhCMXzvw.

[24] 2021 年度中国虚拟数字人影响力指数报告[EB/OL]. (2022-05-22)[2022-07-07]. https://www.sohu.com/a/549639641_121238562.

2021 China virtual digital human influence index report[EB/OL]. (2022-05-22)[2022-07-07]. https://www.sohu.com/a/549639641_121238562.

Analysis on the Key Contents of New Media Ecological Innovation and Development in Public Libraries

XIN Xiuqin

(Sun Yat-sen Library of Guangdong Province, Guangzhou 510030)

Abstract: [Purpose/Significance] This paper mainly discusses the operational logic and value embodiment of the new media ecological and innovative service by public libraries from five aspects of audio-visual, intelligent, virtual IP, value guidance and integration, and promotes the new media service by public libraries through paying attention to the trend of industry rules, rationally allocating resources, and advocating cooperation and sustainable development. Finally, we will build a new media service with high sharing and high effectiveness, matching with social benefits, realizing intelligent knowledge management and sharing, forming a knowledge grid for intelligent exploration, discovery, storage, sharing, transmission and connection of information resources, and constructing a new media service with certain competitiveness that can provide high-level think tank services. [Method/Process] Based on the research methods of literature survey, online survey and participatory observation, this paper took the main new media accounts of 150 public libraries above the county level in Guangdong Province as the survey objects, relying on the business data platform of Guangdong Provincial Library, and from the users' publishing and reading of new media such as WeChat, Weibo, Tik Tok and WeChat Video. We investigated the current situation of new media services of public libraries in the whole province, explored the key contents of new media ecological innovation and development of public libraries, and put forward innovative development strategies accordingly. [Results/Conclusions] The development of new media ecological innovation in public libraries mainly includes five key points: audio-visual, intelligent, virtual IP, value guidance and integration, which have great room for utilization and improvement in practice. Based on the analysis of the above five key services, through the introduction and analysis of a number of digital professional data reports, combined with the development trend of the new media industry, market demand and the application of new technologies, as well as the application practice of new media in public libraries, five innovative development strategies have been put forward. First, public libraries are suggested to develop audio-visual marketing, deep cultivation of popular knowledge and value-led short videos and to launch audio services adapted to the "ear economy" and expand more learning audio-visual platforms. Second, public libraries pay attention to digital intelligence empowerment, actively explore intelligent scenarios, create a multi-dimensional new media memory storage service warehouse, and explore panoramic interaction and think tank services. Third, the combination of virtual and real service in public libraries tries to integrate with the depth of new technology, and form a long-term IP ecological operation. Fourth, an emphasis should be put on value guidance, cultural mission, dissemination of red culture, and positive energy guidance. Fifth, a high degree of integration is built on a cross-border synergy matrix, and promote the integration of traditional media and new media.

Keywords: new media ecology; innovation and development; key content; public library; short video